# ENCUESTA NACIONAL DE CULTURA

## Caracterización de personas y organizaciones de la cultura en el contexto de covid-19

Sistema de Información Cultural de la Argentina

Ministerio de Cultura
Presidencia de la Nación

## Autoridades institucionales

**Presidente de la Nación**
Alberto Fernández

**Vicepresidenta de la Nación**
Cristina Fernández de Kirchner

**Ministro de Cultura**
Tristán Bauer

**Jefe de gabinete**
Esteban Falcón

**Dirección General del proyecto**
Mariano Addesi
Julia Houllé
Mariana Kunst

**Sistema de Información Cultural de la Argentina**

**Coordinación**
Mariana Kunst

**Equipo técnico**
Federico Catalano
Adriana Castaño
Alcira Garido
Irene Grinberg
Paula Laneri
Elena Mancinelli
Laura Pérez
Karina Scherer
Emilio Stramucci
Daniela Yamashita Unzain

# PRESENTACIÓN

El Ministerio de Cultura de la Nación considera fundamental la producción de datos de calidad en función de aportar a una mirada integral, federal y diversa del campo cultural argentino. Contar con información rigurosa y certera es imprescindible para el diseño de estrategias y herramientas de gestión que posibiliten la implementación de una política cultural pública de calidad.

El campo cultural se encuentra especialmente afectado por el contexto de emergencia sanitaria vinculado a la pandemia COVID-19. En este marco, el Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA) realiza la Encuesta Nacional de Cultura con el fin de generar información de referencia acerca de los diferentes agentes y organizaciones que componen el campo cultural argentino: sus características y problemáticas principales, y cómo, ante la coyuntura actual de aislamiento social, preventivo y obligatorio, se ven afectados social y económicamente. El informe que se presenta a continuación resulta de un primer corte realizado el 27 de abril de 2020, que arrojó un total de 15.260 respuestas. Al no contar con un marco muestral que permitiera resultados probabilísticos, debe entenderse este relevamiento como una primera instancia que dará lugar a futuras investigaciones.

Este trabajo, se estructura en dos bloques, uno referido a personas y otro a organizaciones, que a su vez se subdividen en dos secciones: caracterización de las/los encuestados/as y efectos del aislamiento social, preventivo y obligatorio.

# METODOLOGÍA

Para definir las dimensiones de análisis y las variables a utilizar en la Encuesta, se tuvieron en cuenta diversos elementos surgidos del intercambio entre equipos técnicos y de gestión. En cuanto a las categorías, se buscó entre otras cuestiones, visibilizar y reconocer los aspectos, sectores y agentes que permiten caracterizar el campo cultural en su diversidad. Asimismo, se trabajó con un enfoque de géneros entendiendo que la producción de datos en este sentido es insumo para visibilizar la problemática de inequidad dando cuenta del sistema de distribución de roles y recursos.

Para caracterizar agentes y actores culturales, se indagó su localización geográfica, el sector cultural de pertenencia, el tipo de actividad desarrollada, el tipo de funcionamiento en tanto unidad económica (ingresos/egresos principales), la cantidad de personas participantes (remunerada o voluntariamente) y su nivel de formalidad. Para identificar los efectos económicos y sociales producto del aislamiento social, preventivo y obligatorio, se relacionó la información obtenida con las problemáticas surgidas en el último mes, la disminución (e incluso cese) de ingresos por el trabajo en la actividad cultural y la búsqueda de ingresos alternativos, el retraso en los pagos por trabajos ya realizados y por gastos a realizar. Además, se relevaron las estrategias utilizadas para enfrentar la situación y el nivel de conocimiento de herramientas/ayudas brindadas por organizaciones públicas y/o privadas para mitigar los efectos de la crisis en el sector.

Se diseñaron dos cuestionarios de aplicación autoadministrada (uno dirigido a personas y otro, a organizaciones), cada uno compuesto por 30 preguntas, la mayoría estructuradas y otras abiertas. La difusión se realizó a través de los canales habituales del Ministerio[1], trabajando en conjunto con las Secretarías y los Organismos Descentralizados (Fondo Nacional de las Artes, Instituto Nacional de la Música, Biblioteca Nacional Mariano Moreno, Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales, Comisión Nacional de Bibliotecas Populares y Teatro Nacional Cervantes). Además colaboraron gobiernos provinciales y municipales y diferentes asociaciones sectoriales. El procesamiento y análisis de datos

1. La encuesta continúa activa a través de los mismos canales, ya que se realizarán nuevos cortes a posteriori.

fue realizado por el equipo técnico del SInCA.

En esta primera instancia, se analizan las respuestas obtenidas durante el primer período en que el cuestionario estuvo disponible (entre el 6 y el 27 de abril). Con los datos obtenidos, se generaron dos universos, uno compuesto por 13.019 personas[2]; y otro, por 2.241 organizaciones. Como no se realizó un diseño muestral, los resultados de este corte no pueden ser extrapolados a la totalidad del campo cultural, pero sirven para caracterizar la situación de los sectores culturales contemplados en la encuesta[3].





**2.** Se excluyó a quienes respondieron la encuesta porque participan de actividades culturales como un pasatiempo (4% de las personas encuestadas).

**3.** Dado que esta encuesta se encuentra activa, es posible realizar futuros cortes. Además, y en este mismo sentido, se está trabajando en colaboración con los gobiernos provinciales y municipales para ampliar el universo de las regiones NEA, NOA, Centro, Cuyo y Patagonia.

# RESUMEN

## PERSONAS

Las personas que respondieron la encuesta, en su mayoría, residen en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y en la Provincia de Buenos Aires, y tienen entre 19 y 49 años.

Se desempeñan, sobre todo, en los sectores Música y Teatro, y realizan actividades ligadas a la Creación, diseño, interpretación y autoría; la Enseñanza; la Producción y Gestión cultural. Viven de su trabajo en el ámbito cultural y quienes no lo hacen perciben ingresos de otros trabajos no vinculados a la cultura. El 73% de las personas encuestadas trabaja únicamente de manera independiente y entre ellas, nueve de cada diez no tienen ingresos estables.

El 60% de las personas encuestadas realizó aportes jubilatorios durante los últimos tres meses, el 49% tiene cobertura de salud por obra social y el 28% se atiende en hospitales públicos.

La problemática frecuente más mencionada en la encuesta es la búsqueda de ingresos alternativos; y las dificultades experimentadas durante el primer mes de aislamiento social, preventivo y obligatorio son la cancelación de actividades culturales y su correspondiente pago, la no percepción de ingresos por las actividades culturales y la imposibilidad de pagar alquileres y servicios. Uno de los perfiles más perjudicados es el de las personas que trabajan de manera independiente, sin ingresos estables, y cuya actividad en el ámbito cultural representa más de la mitad de sus ingresos mensuales (32% de los casos).

Para mitigar los efectos del aislamiento, la mitad de las personas encuestadas intentó adaptar su actividad/trabajo cultural a la modalidad virtual y trabajar desde el hogar, pero el 15% considera la virtualidad como una posibilidad solo parcialmente factible y el 18% ve directamente impracticable su implementación.

## ORGANIZACIONES

Las organizaciones encuestadas también se localizan fundamentalmente en CABA y la Provincia de Buenos Aires. Se desarrollan, sobre todo, en los sectores Teatro, Música y Formación y/o Educación cultural y /o artística; y realizan actividades de Creación y producción, Formación y educación, y Exhibición de bienes, actividades y obras.

Solo el 33% de las organizaciones posee personería jurídica (la mitad, bajo la figura de Asociación civil), casi la mitad cuenta con menos de cinco personas con aportes previsionales, en el 20% no participan personas remuneradas y el 14% de las organizaciones funciona con personal sin ninguna clase de aportes.

Los principales ingresos de las organizaciones provienen de la venta de entradas, las actividades de formación,

los eventos culturales y los subsidios estatales; mientras que los gastos más significativos son los alquileres, servicios y remuneraciones.

La problemática frecuente más mencionada por las organizaciones del sector cultural radica en la necesidad de buscar ingresos alternativos; y las dificultades surgidas específicamente como consecuencia del aislamiento social son el atraso o la imposibilidad de realizar pagos de servicios, alquileres, sueldos/honorarios e impuestos.

Para combatir los efectos de la coyuntura asociada al aislamiento social, preventivo y obligatorio, las estrategias más empleadas involucran la virtualidad y la solicitud de ayudas al Estado. No obstante, el 18% de las organizaciones consultadas no llevó adelante ninguna medida paliativa, el 33% considera que la modalidad de desempeño virtual es sólo parcialmente aplicable, el 25% requiere asesoramiento o fomento y el 24% considera directamente imposible "virtualizar" sus actividades.



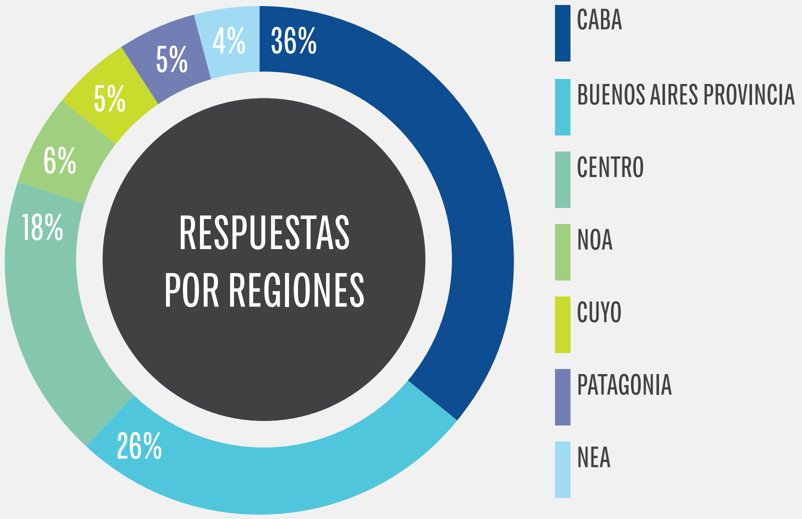
# PERSONAS

# 1 | SOBRE LAS PERSONAS QUE RESPONDIERON LA ENCUESTA

En este apartado se consigna información descriptiva de la población que respondió la encuesta en calidad de "sí misma/o", que al 27 de abril de 2020, sumaba un total de 13.019 casos.

En su mayoría, se trata de personas residentes en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, en la Provincia de Buenos Aires y en la región Centro (que comprende las provincias de Santa Fe, Entre Ríos y Córdoba).[4]

**GRÁFICO Nº1.** DISTRIBUCIÓN DE RESPUESTAS POR REGIÓN



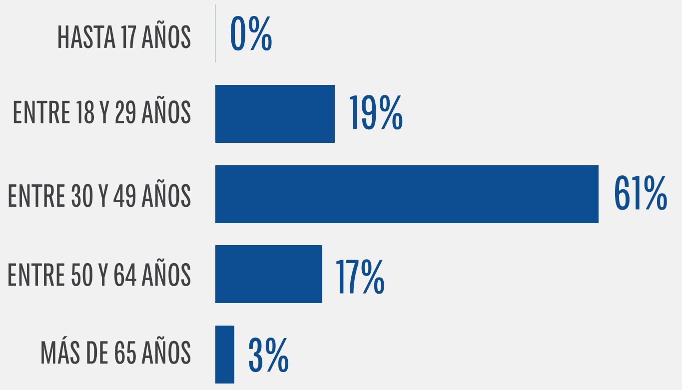

En cuanto a la identidad de género auto-percibida, se observa una proporción similar entre mujeres (50%) y varones (47%). A su vez, hay un 1% que se siente mejor representada por categorías como intersex, género no binario, personas trans, travestis, etc.; y hay un 2% que prefirió no consignar su identidad de género. Dado que se trata de una baja cantidad de casos, el universo se ve sesgado binariamente, limitando el análisis de este primer corte a las identidades hegemónicas.

También se indagó la pertenencia y/o auto-adscripción de las personas a pueblos indígenas y/o afrodescendientes, resultando que el 4% se reconoce indígena o descendiente de un pueblo indígena (principalmente al pueblo Mapuche, Guaraní, y Comechingones, entre otros); y el 1%, afrodescendiente.

El 61% de las personas que respondió la encuesta tiene entre 30 y 49 años; y el 19 %, entre 19 y 30.

**4.** Al comparar el universo con los datos del Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2010, se observa un sesgo regional en la distribución de casos de la encuesta. Mientras CABA está sobre representada, Provincia de Buenos Aires, NOA, NEA y Patagonia, se encuentran subresentadas.  Por su parte, Cuyo y Centro están equiparadas. En este sentido, se seguirá implementando la encuesta con el fin de ampliar el universo de las regiones mencionadas para futuros cortes.

**GRÁFICO N°2.**
DISTRIBUCIÓN DE RESPUESTAS POR GRUPOS ETARIOS

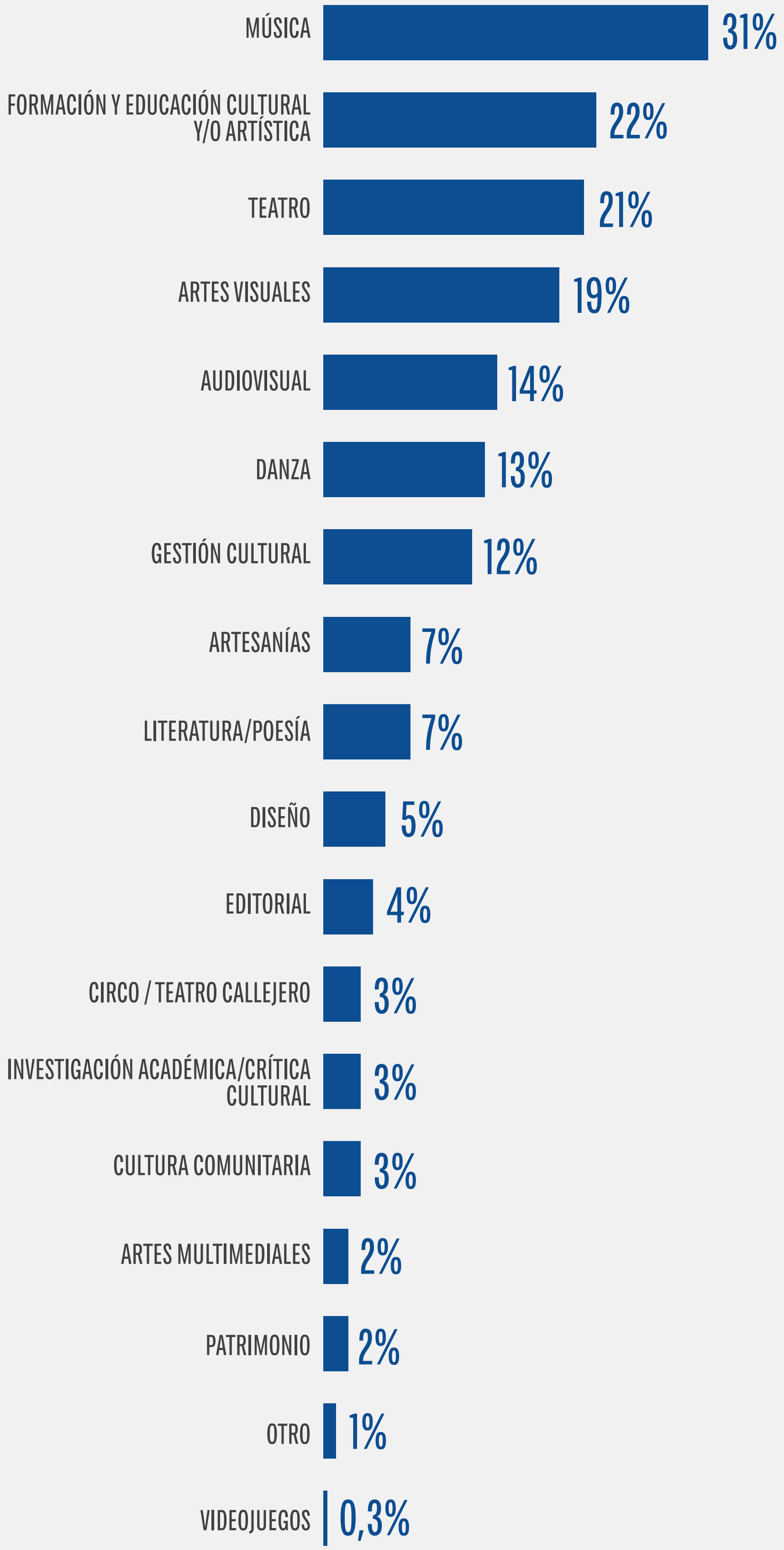



## SECTORES Y DISCIPLINAS CULTURALES

Un porcentaje importante de las personas que respondieron la encuesta se desempeña en los sectores Música y Teatro. Además, las categorías transversales Formación y Gestión Cultural también presentaron un elevado nivel de respuestas.

Cabe señalar que, la pregunta por sector/disciplina admitía múltiples combinaciones y las más mencionadas fueron: Formación + Música, Formación + Danza, Formación + Teatro y Artes visuales + Formación. A su vez, entre quienes se dedican a la Enseñanza (37% del total de personas encuestadas), sólo un 26% lo hace en una institución pública (la mayoría, entre 20 y 30 horas semanales).

**GRÁFICO N°3.**
**DISTRIBUCIÓN POR SECTOR O DISCIPLINA**




Nota: al tratarse de una pregunta con respuesta múltiple, el porcentaje se calculó sobre la totalidad de casos. Por ello el total no suma 100%.

La categoría Otro incluye las disciplinas Arquitectura, Comunicación, Arte Terapia, Yoga, entre otras.

Las actividades con mayor cantidad de menciones son: Creación, diseño, interpretación y autoría; Enseñanza; Producción y Gestión cultural.

Cabe señalar que en algunas actividades específicas, como Operación de equipos técnicos (sonido, iluminación, etc.), las mujeres representan apenas el 22%. En cambio, su representación es mayor en actividades como Enseñanza; Realización de actividades culturales comunitarias; Investigación y/o crítica artística/cultural; Curaduría de obras artísticas, preservación y difusión de patrimonio; y Restauración.

**GRÁFICO Nº4.** ACTIVIDADES REALIZADAS EN EL ÁMBITO CULTURAL




Nota: al tratarse de una pregunta con respuesta múltiple, el porcentaje se calculó sobre la totalidad de casos. Por ello el total no suma 100%.

## PERFIL DOCENTE

El 37% de las personas encuestadas encuadra su actividad cultural principal en la Enseñanza (4.881 casos). De esas personas, el 26% enseña en alguna institución pública (1.271 casos) y el 67% realiza su trabajo de manera independiente (3.261 casos). Las disciplinas que se enseñan corresponden principalmente, a las áreas Música (30%); Danza (24%); Teatro (19%); y Artes visuales (16%).

Cabe resaltar que ocho de cada diez personas que se dedican a la Enseñanza de manera independiente lo hace sin percibir ingresos estables (2.705 personas).

## INFORMACIÓN POR IDENTIDAD DE GÉNERO

Sólo el 1% de quienes respondieron la encuesta no se siente identificado por los géneros hegemónicos. Esto impide realizar afirmaciones sobre diversidad de género. El análisis y las propuestas se basan en datos que responden al par binario varones/ mujeres. Así, han participado de la encuesta una proporción similar de autopercibidas/os mujeres (50%) y varones (47%).

No obstante la paridad general, se observa que en algunas actividades del sector cultural hay mayor participación de mujeres (Enseñanza; Actividades comunitarias; Comunicación y prensa; Diseño; Preservación y difusión de patrimonio; curaduría) y en otras, mayor participación de varones (Creación, Producción, Tareas técnicas, Limpieza).

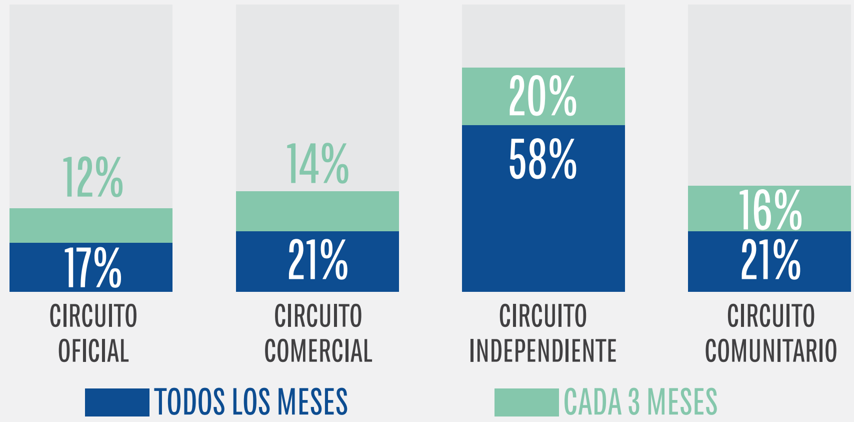
### CUADRO N°1 - ACTIVIDADES CULTURALES POR IDENTIDAD DE GÉNERO

| Actividades | Mujeres | Varones | Otras identidades de género |
|---|---|---|---|
| Creación | 47% | 51% | 2% |
| Enseñanza | 59% | 40% | 1% |
| Producción | 45% | 53% | 2% |
| Gestión Cultural | 55% | 43% | 2% |
| Tareas técnicas (operación de sonido, luces) | 22% | 76% | 1% |
| Realización de actividades comunitarias | 59% | 40% | 1% |
| Comunicación y prensa | 57% | 42% | 1% |
| Diseño | 65% | 34% | 1% |
| Comercialización | 57% | 42% | 1% |
| Exportación | 45% | 51% | 4% |
| Investigación | 63% | 35% | 2% |
| Preservación y difusión de patrimonio | 70% | 30% | 1% |
| Curaduría | 65% | 31% | 4% |
| Restauración | 57% | 43% | 0% |
| Limpieza | 21% | 68% | 11% |
| Otras | 63% | 34% | 3% |

## CIRCUITOS CULTURALES

La mayoría de las personas encuestadas participa/trabaja todos los meses en el circuito cultural independiente (58%), en tanto que un tercio (34%) nunca trabajó en el circuito oficial ni en el comercial[6].

**GRÁFICO N°5.**
FRECUENCIA DE PARTICIPACIÓN POR TIPO DE CIRCUITO CULTURAL



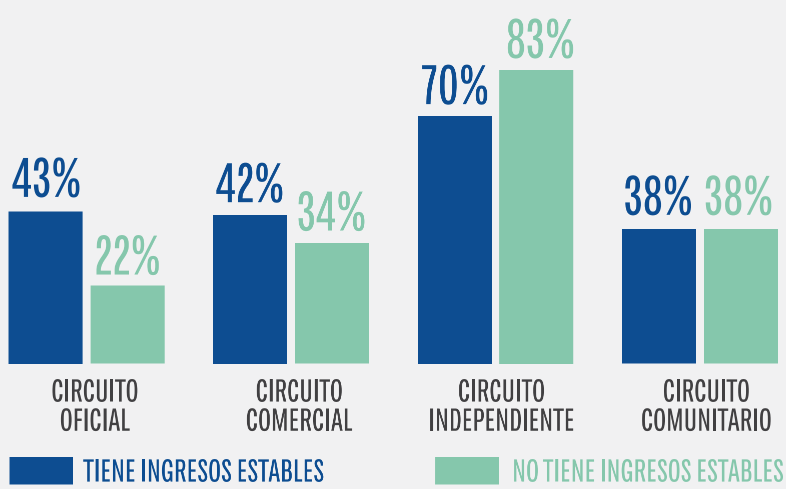

La estabilidad de los ingresos está directamente relacionada con la participación frecuente en los circuitos oficiales y comerciales, más allá de la modalidad de trabajo (independiente o en relación de dependencia).

Un 43% de las personas que poseen ingresos estables, trabaja con frecuencia en el circuito oficial (por lo menos cada tres meses); mientras que apenas el 22% de las personas sin ingresos estables trabaja frecuentemente en este circuito.

Las personas encuestadas que perciben ingresos de manera estable tienen más participación en los circuitos oficial y comercial; mientras que quienes no tienen ingresos estables tienen más participación en el circuito independiente que las personas con ingresos estables. En cambio, las proporciones se emparejan en el circuito comunitario.

Se observa además que los varones tienen mayor participación frecuente en el circuito comercial que las mujeres (24% vs 18%).

**GRÁFICO N°6.**
ESTABILIDAD DE INGRESOS SEGÚN CIRCUITO CULTURAL



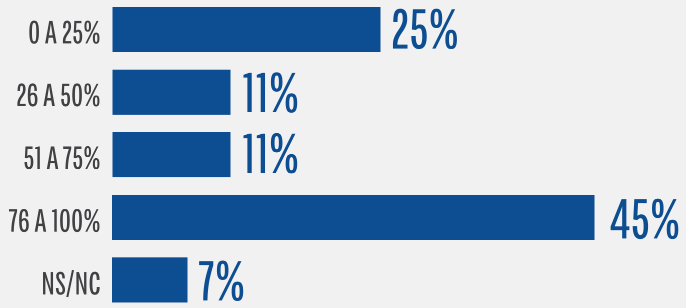
## SITUACIÓN ECONÓMICA, LABORAL Y DE PROTECCIÓN SOCIAL

Este apartado aborda las variables que describen algunos aspectos del empleo cultural de las personas que participaron de la encuesta, como la situación ocupacional, la realización de aportes previsionales, el tipo de cobertura de salud, entre otros.

La mayoría de las personas encuestadas vive de su trabajo en el ámbito cultural (56%) y entre quienes no viven de él (36%), el 67% percibe ingresos de otros trabajos no vinculados a la cultura.

Un 59% de los varones que respondieron la encuesta, logran vivir de su actividad cultural (perciben más del 50% de sus ingresos por la misma); en el caso de las mujeres, ese porcentaje se reduce a 55%.

**GRÁFICO N°7.** PORCENTAJE DE INGRESOS PROVENIENTES DEL TRABAJO EN EL ÁMBITO CULTURAL

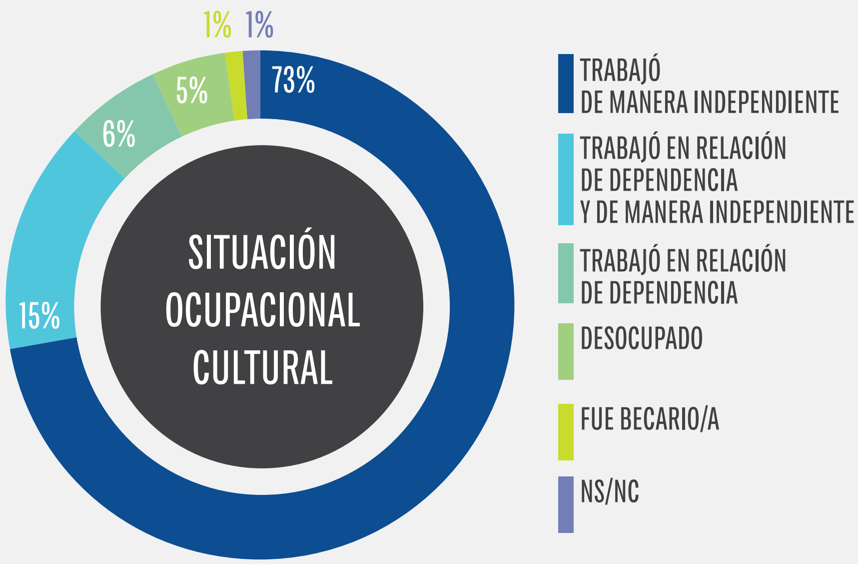





Además, un 46% de los/as encuestados/as no tiene personas a su cargo, mientras que un 25% tiene una y el 29% cuenta con dos o más personas que dependen de su ingreso. Entre las mujeres que respondieron la encuesta, el 50% tiene al menos una persona que depende de su ingreso económico mientras que entre los varones, ese porcentaje asciende al 60%.

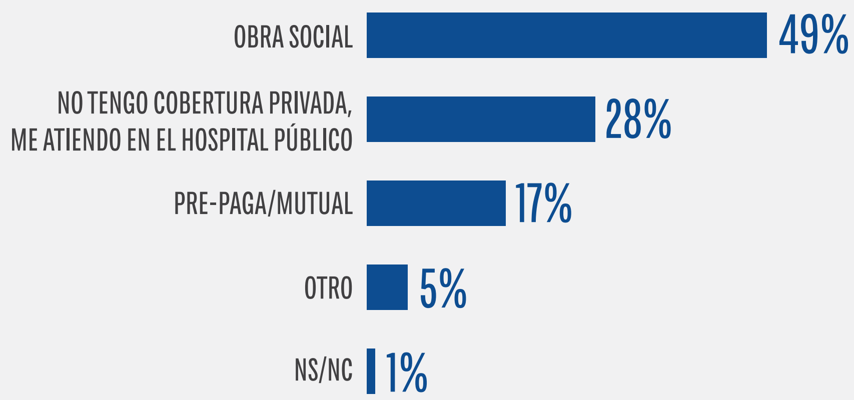
Con relación a la situación ocupacional en el ámbito cultural durante el último año, el 73% de las personas encuestadas afirmó trabajar únicamente de manera independiente, un 6% solo en relación de dependencia, y un 5% estuvo desocupado (no pudo trabajar de su actividad cultural a pesar de haber buscado). El porcentaje de mujeres desocupadas (en su actividad cultural) el último año representa un 5%, disminuyendo un punto en el caso de los varones que respondieron la encuesta. Entre quienes trabajan solo de manera independiente, nueve de cada diez personas declararon no tener ingresos estables.

GRÁFICO N°8.
SITUACIÓN OCUPACIONAL DURANTE EL ÚLTIMO AÑO




El 60% de las personas encuestadas realizó aportes jubilatorios durante los últimos tres meses[5], casi la mitad tiene cobertura de salud por obra social y un 28% se atiende en hospitales públicos. El 32% de los varones que respondieron la encuesta se atienden en el sistema de salud pública, porcentaje que se reduce al 23% en el caso de las mujeres.

GRÁFICO N°9.
TIPO DE COBERTURA DE SALUD




**5.** Para indagar sobre los aportes se realizó la siguiente pregunta: "En los últimos tres meses, ¿realizaste APORTES para tu jubilación? (vos o quien te contrata)." Es decir que no se puede afirmar que quienes tengan aportes sea por su empleo cultural.

## GASTOS PRINCIPALES

Entre los principales gastos realizados por las personas que respondieron la encuesta figuran, en orden de importancia, el pago de servicios, el alquiler de vivienda y las compras de materia prima o insumos para el desarrollo de las actividades laborales culturales.

**GRÁFICO N°10.**
GASTOS MENSUALES PRINCIPALES




Nota: al tratarse de una pregunta con respuesta múltiple, el porcentaje se calculó sobre la totalidad de casos. Por ello el total no suma 100%.

## PROBLEMAS FRECUENTES

La problemática principal del sector cultural, según las personas encuestadas, está relacionada con la búsqueda de ingresos alternativos: la mitad de las/os encuestadas/os debió abocarse a esa tarea todos los meses durante el último año.

Por añadidura, el 41% de la población encuestada no percibió ingresos del campo cultural con frecuencia en el último año y el 37% experimentó con frecuencia retrasos en el cobro por trabajos realizados.

**GRÁFICO N°11.**
PROBLEMÁTICAS DEL SECTOR CULTURAL




Nota: al tratarse de una pregunta con respuesta múltiple, el porcentaje se calculó sobre la totalidad de casos. Por ello el total no suma 100%.

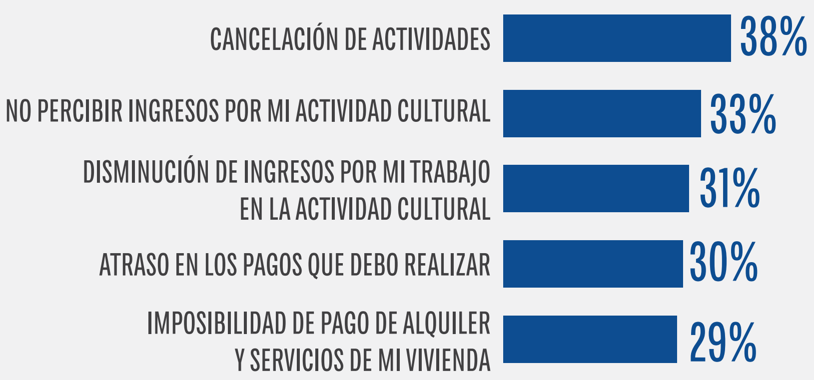
# 2 | SOBRE LOS EFECTOS DEL AISLAMIENTO SOCIAL, PREVENTIVO Y OBLIGATORIO POR EL COVID-19

Las medidas adoptadas por los Estados del mundo para evitar la propagación del Coronavirus (COVID-19), han afectado especialmente al sector cultural. En Argentina, el 12 de marzo se anunciaron las primeras medidas restrictivas y el 19, el aislamiento social, preventivo y obligatorio. Las organizaciones culturales han tenido que cerrar sus puertas y no se permiten actividades que implican cualquier aglomeración de personas.

## PRINCIPALES PROBLEMÁTICAS

Las situaciones problemáticas atravesadas durante el primer mes del aislamiento social, preventivo y obligatorio que más se mencionaron fueron la cancelación de actividades culturales y su correspondiente pago, la no percepción de ingresos por las actividades culturales y la imposibilidad de pagar alquileres y servicios.

**GRÁFICO N°12.** SITUACIONES PROBLEMÁTICAS ATRAVESADAS EL ÚLTIMO MES




Nota: al tratarse de una pregunta con respuesta múltiple, el porcentaje se calculó sobre la totalidad de casos. Por ello el total no suma 100%.

Uno de los perfiles más perjudicados por las consecuencias de la situación de aislamiento social, preventivo y obligatorio es el de las personas que trabajan de manera independiente, sin ingresos estables, y cuya actividad en el ámbito cultural representa más de la mitad de sus ingresos mensuales. Con este perfil se identifica el 32% de los casos de la encuesta (un 35% de los varones que respondieron la encuesta y un 28% de las mujeres). En este perfil, la proporción de personas que vieron canceladas sus actividades laborales culturales asciende a un 48% y la de quienes no percibieron ingresos por su actividad cultural, a un 45%. Además, el 39% no pudo pagar alquileres y servicios correspondientes a las viviendas que habitan.

## VIRTUALIDAD Y OTRAS ESTRATEGIAS

Para mitigar los efectos de la coyuntura actual, poco más de la mitad de las personas encuestadas intentó adaptar su actividad/trabajo cultural a la modalidad virtual, brindando clases, talleres, seminarios y capacitaciones por streaming y plataformas virtuales a cambio de un aporte económico; y trabajando desde el hogar y/o participando de reuniones virtuales. Además, otras estrategias mencionadas fueron el pedido de ayuda al Estado (5%) y la actividad con organizaciones o asociaciones sectoriales (8%).

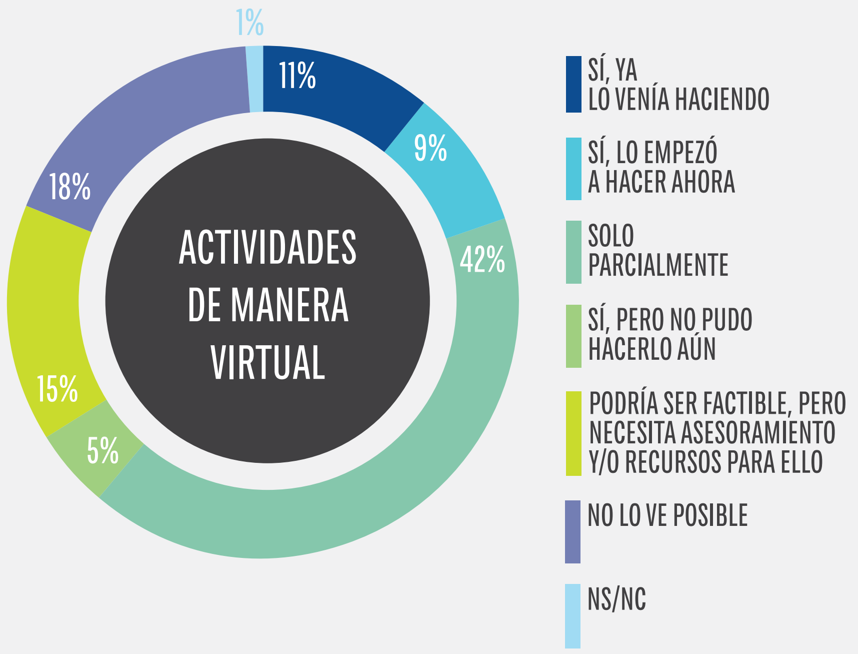
**GRÁFICO N°13.** ESTRATEGIAS EMPLEADAS PARA COMBATIR LOS EFECTOS DEL AISLAMIENTO SOCIAL, PREVENTIVO Y OBLIGATORIO




Nota: al tratarse de una pregunta con respuesta múltiple, el porcentaje se calculó sobre la totalidad de casos. Por ello el total no suma 100%.

Aunque entre las principales estrategias durante la situación de aislamiento social, preventivo y obligatorio, las alternativas virtuales hayan sido las más mencionadas, el 42% de los encuestados manifiesta que se trata de una posibilidad solo parcialmente factible. Por su parte, un 15% de las personas encuestadas la considera una alternativa, pero a condición de recibir asesoramiento y/o recursos para llevarla adelante. En cambio, un 18% de las personas consultadas no ve en absoluto posible su implementación.

**GRÁFICO N°14.** POSIBILIDAD DE REALIZAR DE MANERA VIRTUAL LAS ACTIVIDADES LABORALES VINCULADAS CON LA CULTURA

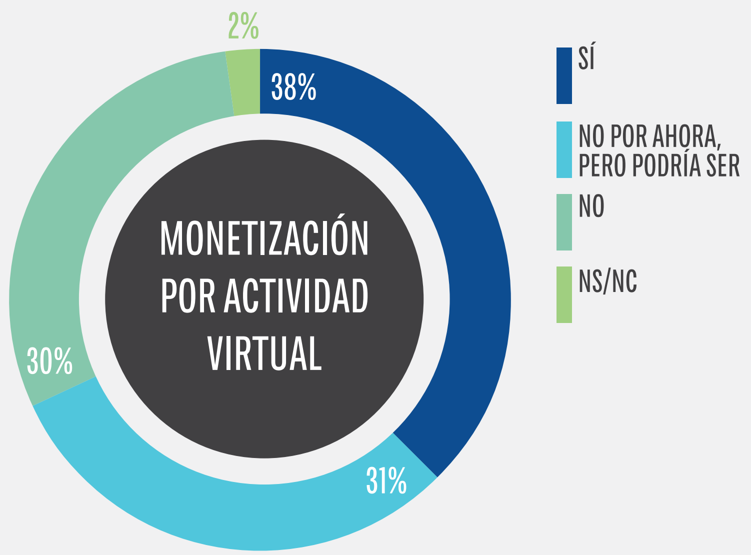







Solo el 38% de las personas entrevistadas que realizan actividades de manera virtual percibe dinero en forma de pago. En cambio, al momento de completar la encuesta, el 60% de las personas que virtualizaron su trabajo no lo monetizó.

**GRÁFICO N°15.** PERCEPCIÓN DE DINERO COMO PAGO POR TRABAJO CULTURAL REALIZADO DE MANERA VIRTUAL





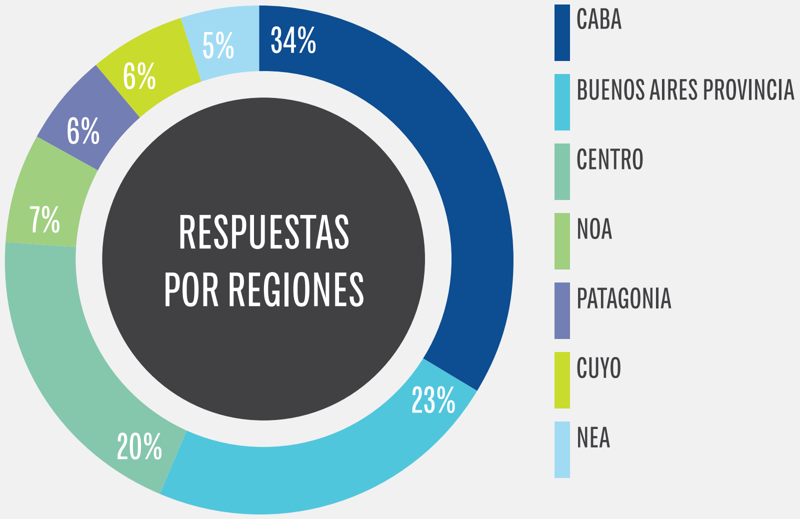
# ORGANIZACIONES

# 1 | SOBRE LAS ORGANIZACIONES QUE RESPONDIERON LA ENCUESTA

En este apartado se consigna información descriptiva acerca de las organizaciones que respondieron la encuesta. Al 27 de abril de 2020 sumaban un total de 2.241 casos[6].

Más de la mitad de estas organizaciones se encuentra en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y en la Provincia de Buenos Aires; y el 20%, en la región Centro (provincias de Santa Fe, Entre Ríos y Córdoba).

**GRÁFICO N°16.** DISTRIBUCIÓN DE RESPUESTAS POR REGIÓN




## SECTORES Y DISCIPLINAS CULTURALES

Las organizaciones encuestadas corresponden mayoritariamente a los sectores Teatro, Formación y/o Educación cultural y /o artística y Música.

6. Fueron excluidos del análisis 205 casos correspondientes a organismos/instituciones públicas.

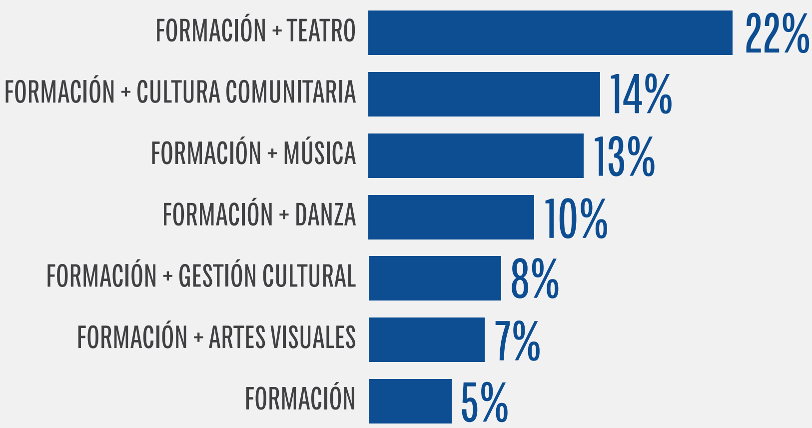
**GRÁFICO N°17.**
**ORGANIZACIONES POR SECTOR/ DISCIPLINA**




Nota: al tratarse de una pregunta con respuesta múltiple, el porcentaje se calculó sobre la totalidad de casos. Por ello el total no suma 100%.

Solo un 5% de las organizaciones se desempeña en el sector Formación de manera exclusiva, el resto combina esa dedicación con otros sectores o disciplinas.

**GRÁFICO N°18.**
**DISTRIBUCIÓN SECTORIAL DE ORGANIZACIONES DEDICADAS A FORMACIÓN Y SUS PRINCIPALES COMBINACIONES**




Nota: el porcentaje se calculó sobre la totalidad de casos que contestaron "Formación".

Esa distribución de sectores de pertenencia guarda relación con la del tipo de actividades realizadas en las organizaciones: las más mencionadas fueron Creación y producción, Formación y educación, y Exhibición de bienes, actividades y obras culturales y/o artísticas.

**GRÁFICO N°19.**
TIPO DE ACTIVIDADES REALIZADAS EN LAS ORGANIZACIONES ENCUESTADAS




Nota: al tratarse de una pregunta con respuesta múltiple, el porcentaje se calculó sobre la totalidad de casos. Por ello el total no suma 100%.





## TIPOS DE ORGANIZACIONES, ACTIVIDADES Y CIRCUITOS CULTURALES

Las organizaciones que respondieron la encuesta se identifican con alguna de las categorías de esta tipología[7]:

**1) Empresas productoras de bienes y servicios culturales**, incluyendo las organizaciones que se definen como empresas/microempresas y emprendimientos unipersonales, productores de bienes y servicios culturales y sus combinaciones posibles.

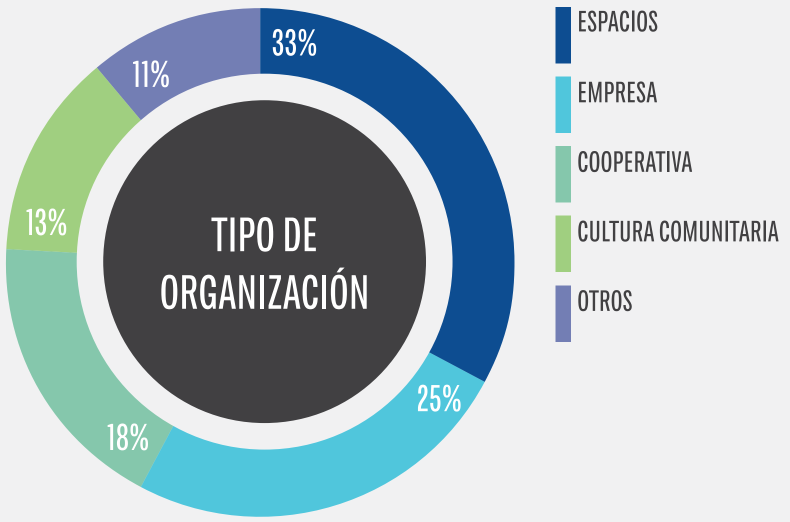
**2) Cooperativas de trabajo** productoras de bienes y servicios culturales, y sus combinaciones.

**7.** Para la construcción de las categorías “empresas”, “espacios”, “cultura comunitaria” y “cooperativas” se tomaron las respuestas a la pregunta “¿Con cuál/es de las siguientes figuras identifica su organización/proyecto cultural?”. Dado que es una pregunta de opción múltiple, se consideraron las combinaciones representadas.

**3) Organizaciones de cultura comunitaria**, es decir, todas las organizaciones que se definan como organizaciones barriales, bibiloteca popular o comunitaria y club o sociedad de fomento, y sociedades de fomento.

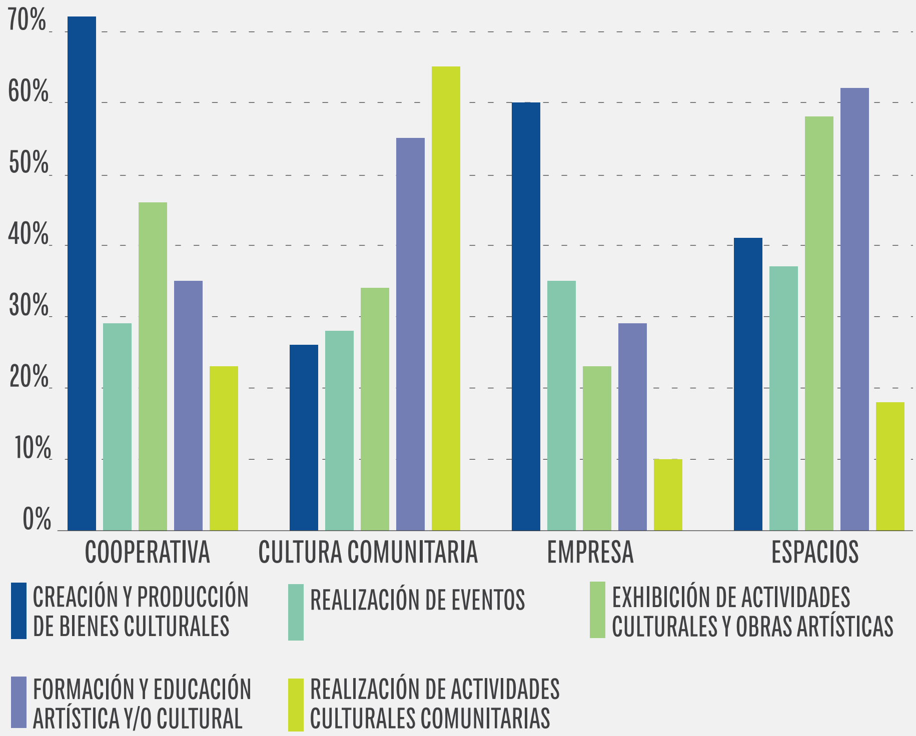
**4) Espacios culturales**, es decir salas de teatro, centros culturales, espacios para música en vivo, librerías, galerías de arte, salas de proyección y museos, y sus combinaciones (algunos espacios culturales también se identifican como empresas/asociaciones).

GRÁFICO N°20. TIPOS DE ORGANIZACIONES



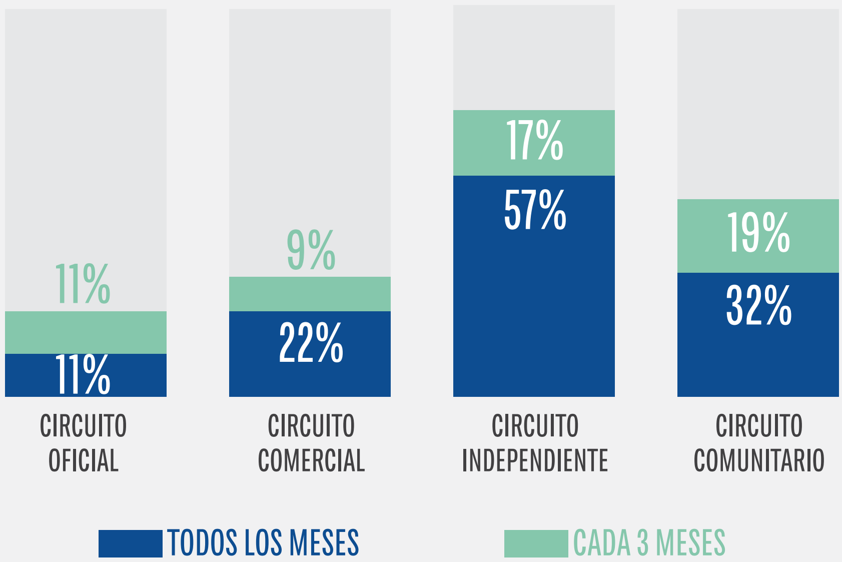

Las Cooperativas y las Empresas se dedican en mayor proporción a las actividades vinculadas a la creación y producción; los Espacios culturales, a la formación y educación; y las Organizaciones de cultura comunitaria, a las actividades del mismo nombre.

GRÁFICO N°21. ACTIVIDADES POR TIPO DE ORGANIZACIÓN



La mayoría de las organizaciones que respondieron la encuesta desarrolla sus actividades habituales en el circuito independiente (57%) y en el comunitario (32%). Y es bastante pequeño el porcentaje de organizaciones que participa frecuentemente en los circuitos comercial y oficial (22% y 11% respectivamente)[8].

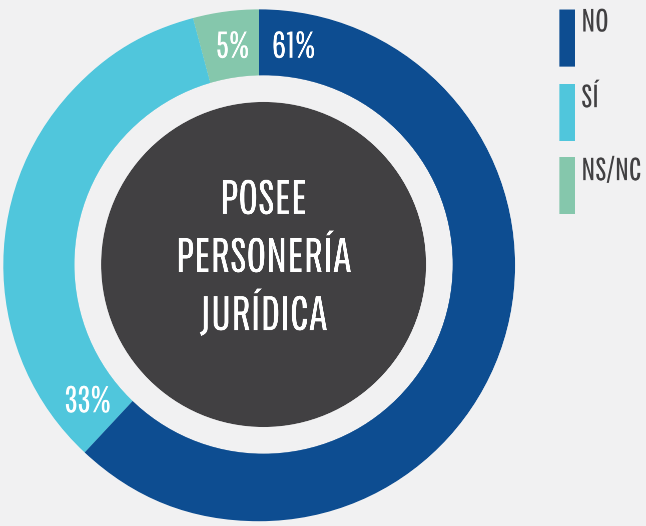
GRÁFICO N°22.
FRECUENCIA DE PARTICIPACIÓN POR TIPO DE CIRCUITO CULTURAL




## PERSONERÍA JURÍDICA

Solo un 33% de las organizaciones consultadas posee personería jurídica y la mitad de ellas funciona bajo la figura de Asociación civil; el 18%, como Sociedad Anónima o Sociedad de Responsabilidad Limitada; el 14% son Fundaciones; y el 8%, Cooperativas.

GRÁFICO N°23.
PERSONERÍA JURÍDICA

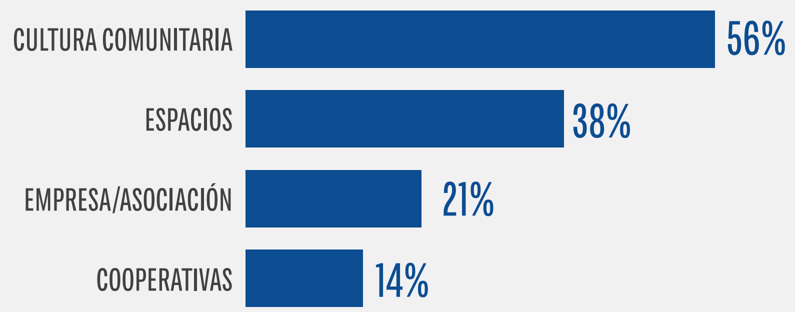



**8.** Para este punto, se indagó en la frecuencia en que participan las organizaciones de los circuitos culturales en los que se trabaja habitualmente, sin aportar una definición explícita de cada uno. Las opciones consignadas fueron: Oficial, Comercial, Independiente, Comunitario y No aplica.

Las organizaciones que cuentan con personería jurídica en mayor proporción son las que funcionan en el campo de la Cultura Comunitaria.

La Asociación Civil y la Fundación son las figuras de personería jurídica predominantes entre las Organizaciones de cultura comunitaria y los Espacios Culturales; mientras que en las Empresas prevalecen las Sociedades de Responsabilidad Limitada y las Sociedades Anónimas.

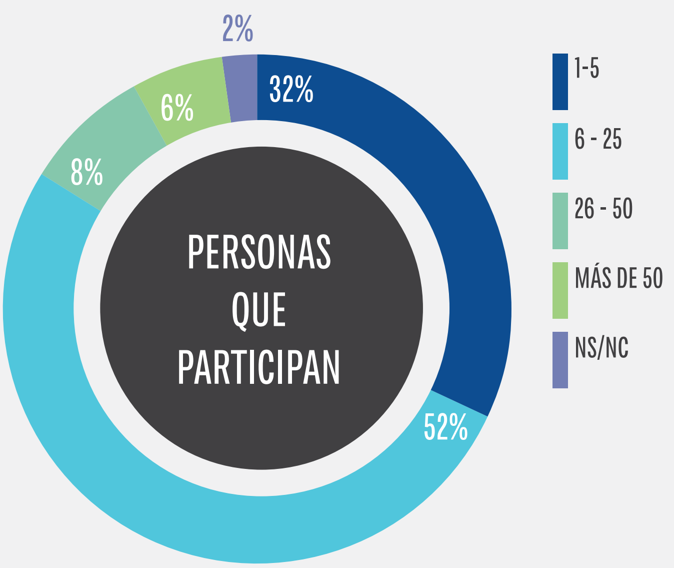
**GRÁFICO N°24.** PERSONERÍA JURÍDICA POR TIPO DE ESPACIO




## SITUACIÓN ECONÓMICA, LABORAL Y DE PROTECCIÓN SOCIAL

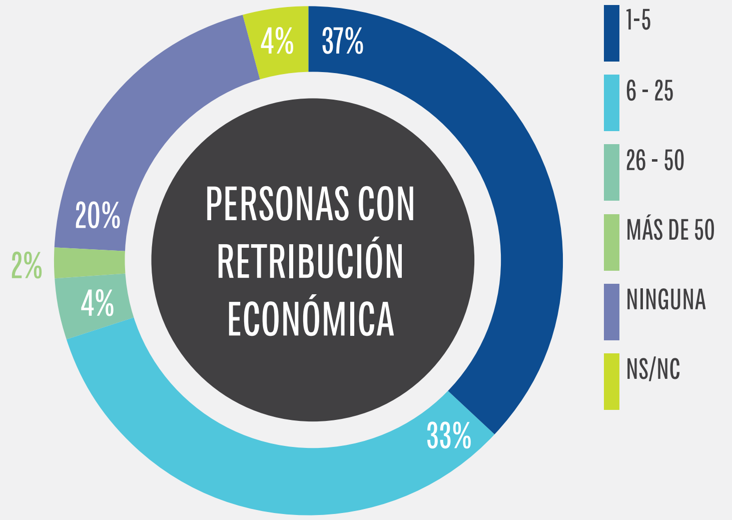
Con respecto a la cantidad de personas que participa en las organizaciones consultadas, de manera voluntaria o a cambio de una remuneración, se verifica que en el 52% de los casos participan entre 6 y 25 personas; y en el 32%, lo hacen cinco o menos personas.

**GRÁFICO N°25.** DISTRIBUCIÓN DE ORGANIZACIONES POR CANTIDAD DE PERSONAS PARTICIPANTES



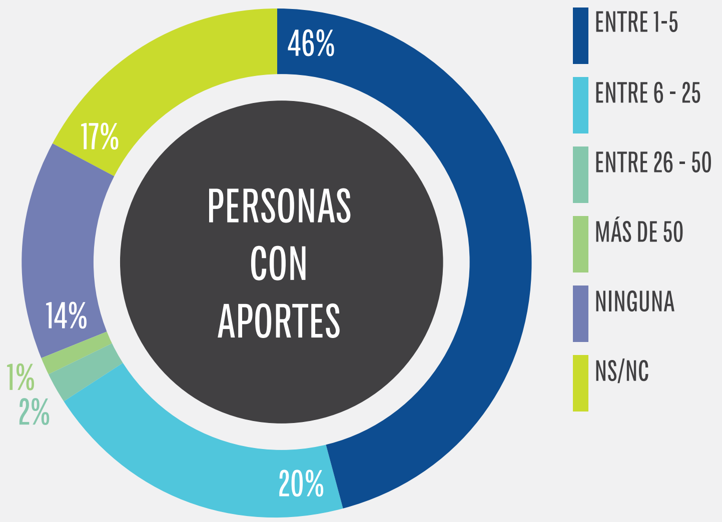
En el 37% de las organizaciones encuestadas, hasta cinco personas reciben una retribución económica por su participación o trabajo. En el 33%, la cantidad de personas que reciben un pago va de 6 a 25 personas. Y un 20% de las organizaciones no cuenta con personas retribuidas económicamente.

GRÁFICO N°26. DISTRIBUCIÓN DE ORGANIZACIONES POR CANTIDAD DE PERSONAS QUE PERCIBEN UNA RETRIBUCIÓN ECONÓMICA




Casi la mitad de las organizaciones encuestadas cuenta con hasta cinco personas con aportes previsionales (realizados por la organización o vía monotributo) y un 20%, con entre 6 y 25 personas en esa condición. En cambio, un 14% de las organizaciones que respondieron la encuesta no dispone de personal con aportes previsionales.[9]

GRÁFICO N°27. DISTRIBUCIÓN DE ORGANIZACIONES SEGÚN CANTIDAD DE PERSONAS CON APORTES PREVISIONALES




**9.** En la encuesta esta pregunta era de respuesta opcional.

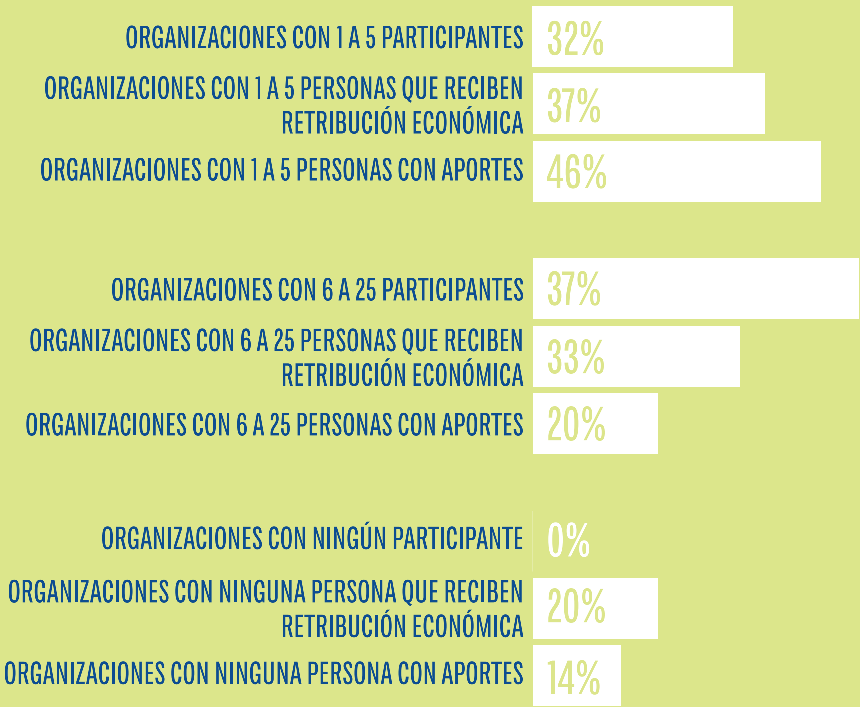
## FORMALIZACIÓN

Para estimar el nivel de formalización de las personas que trabajan en las organizaciones, se consideró la cantidad de participantes (voluntarios y remunerados), la cantidad de personas que reciben dinero a cambio de su participación y la cantidad de personas con aportes previsionales. Esto permitió identificar tres categorías de formalización: participación, participación remunerada y participación remunerada con aportes. En términos generales, se observa que a mayor nivel de formalización, menor cantidad de personas participantes y viceversa.

La mitad de las organizaciones cuenta con entre 6 y 25 participantes (voluntarios/as y/o remunerados/as), pero solo un tercio de ellas declara esa misma cantidad de participantes remuneradas/os, y apenas una quinta parte de las organizaciones cuenta con entre 6 y 25 empleadas/os con aportes previsionales.

Dicho de otra forma, el 46% de las organizaciones cuenta con menos de cinco personas con aportes previsionales, en el 20% no participan personas remuneradas y el 14% de las organizaciones funciona con personal sin ninguna clase de aportes.

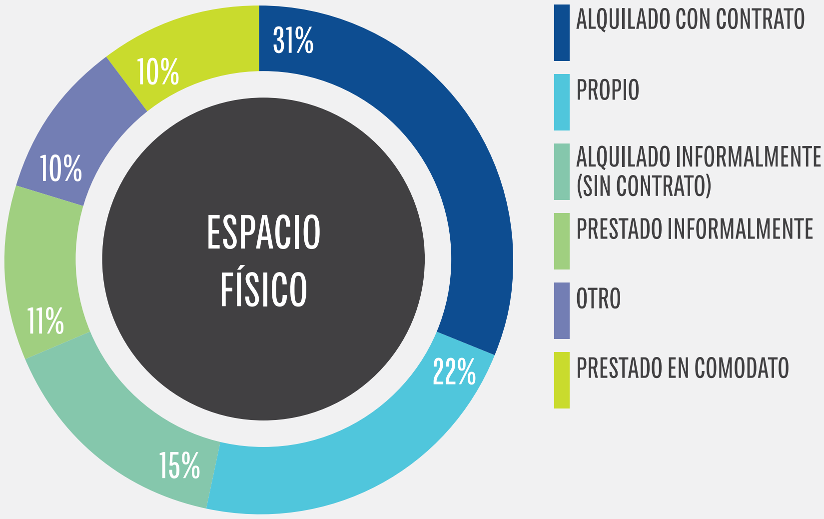
**GRÁFICO N°28.**
NIVEL DE FORMALIZACIÓN DE LAS PERSONAS QUE PARTICIPAN/ TRABAJAN EN LAS ORGANIZACIONES



## ESPACIO FÍSICO

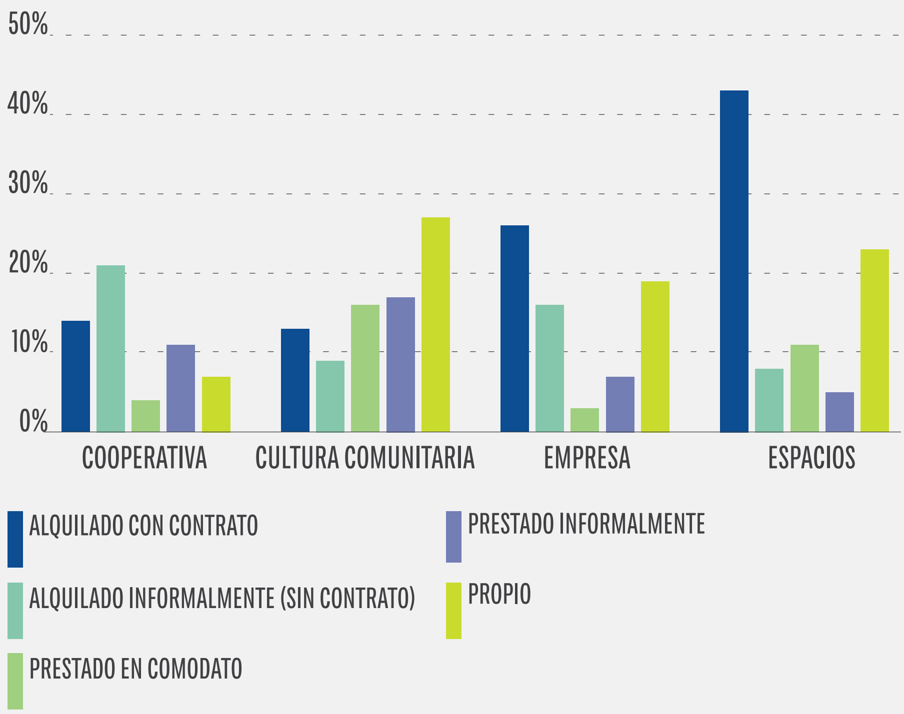
El 84% de las organizaciones desarrolla sus actividades en espacios físicos[10], de los que solo una cuarta parte es propietaria y menos de la mitad (46%[11]) inquilina.

**GRÁFICO N°29.** DISTRIBUCIÓN DE ORGANIZACIONES SEGÚN CONDICIÓN DE PROPIEDAD DE LOS ESPACIOS EN QUE DESARROLLAN SUS ACTIVIDADES




Si bien mayoría de las organizaciones encuestadas realiza sus actividades en espacios alquilados, las Organizaciones de cultura comunitaria son las que funcionan en espacios propios en mayor proporción (27%).

**GRÁFICO N°30.** CONDICIÓN DE PROPIEDAD DE LOS ESPACIOS EN QUE DESARROLLAN SUS ACTIVIDADES POR TIPO DE ORGANIZACIÓN



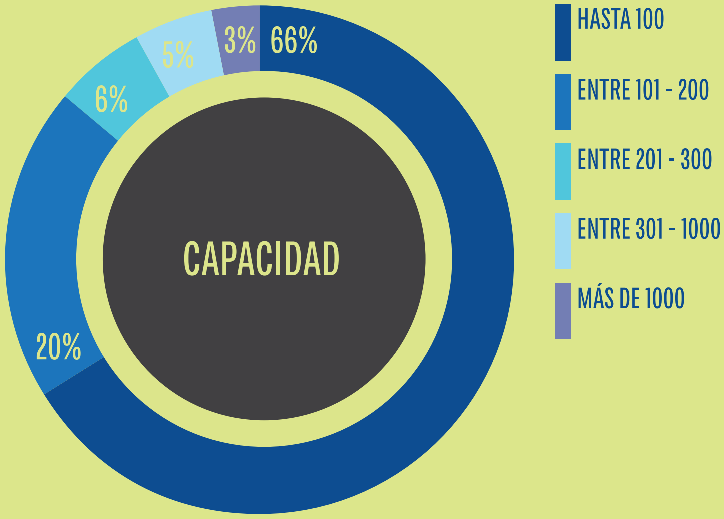

**10.** Las organizaciones que no realizan sus actividades en un espacio físico trabajan de manera itinerante o virtual.

**11.** El 40% de las organizaciones encuestadas consigna el pago de alquileres entre sus tres gastos principales.

## CAPACIDAD DE LOS ESPACIOS CULTURALES

El 66% de las organizaciones definidas como Espacios culturales cuenta con una capacidad de público de hasta 100 personas.

GRÁFICO N°31.
CAPACIDAD DE LOS ESPACIOS CULTURALES



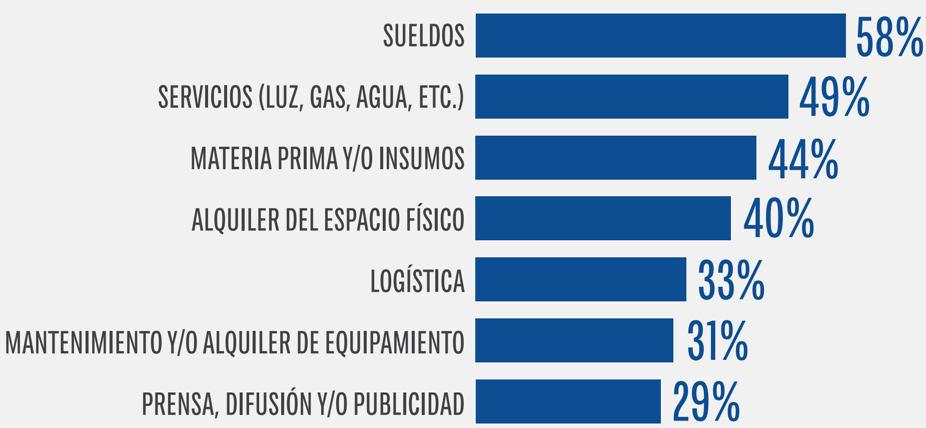





## GASTOS

Entre los principales gastos realizados por las organizaciones que participaron de la encuesta figuran, en primer lugar, los sueldos de las personas que trabajan en la organización y en segundo lugar, los gastos en servicios (electricidad, gas, agua, etcétera).

GRÁFICO N°32.
GASTOS PRINCIPALES DE LAS ORGANIZACIONES




Alquileres, servicios y remuneraciones son los gastos más significativos en todos los tipos de organizaciones encuestadas. No obstante, las Cooperativas y las Organizaciones de cultura comunitaria también consideran muy significativos los gastos en materias primas y/o insumos.

## INGRESOS

Los principales ingresos de las organizaciones provienen, en orden de importancia, de la venta de entradas, las actividades de formación, los eventos culturales y los subsidios estatales (ingreso mencionado por casi un tercio de las organizaciones consultadas).

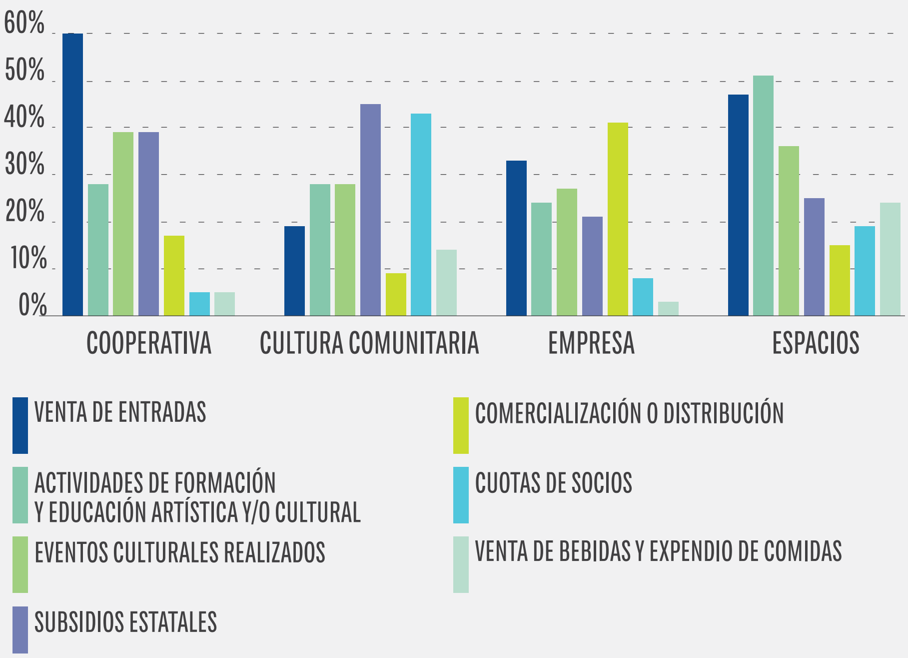
**GRÁFICO N°33.**
PRINCIPAL FUENTE DE INGRESOS DE LAS ORGANIZACIONES




Nota: al tratarse de una pregunta con respuesta múltiple, el porcentaje se calculó sobre la totalidad de casos. Por ello el total no suma 100%.

La proporción de actividades realizadas por tipo de organización guarda relación con las principales fuentes de ingresos.

**GRÁFICO N°34.**
FUENTES PRINCIPALES DE INGRESO POR TIPO DE ORGANIZACIÓN

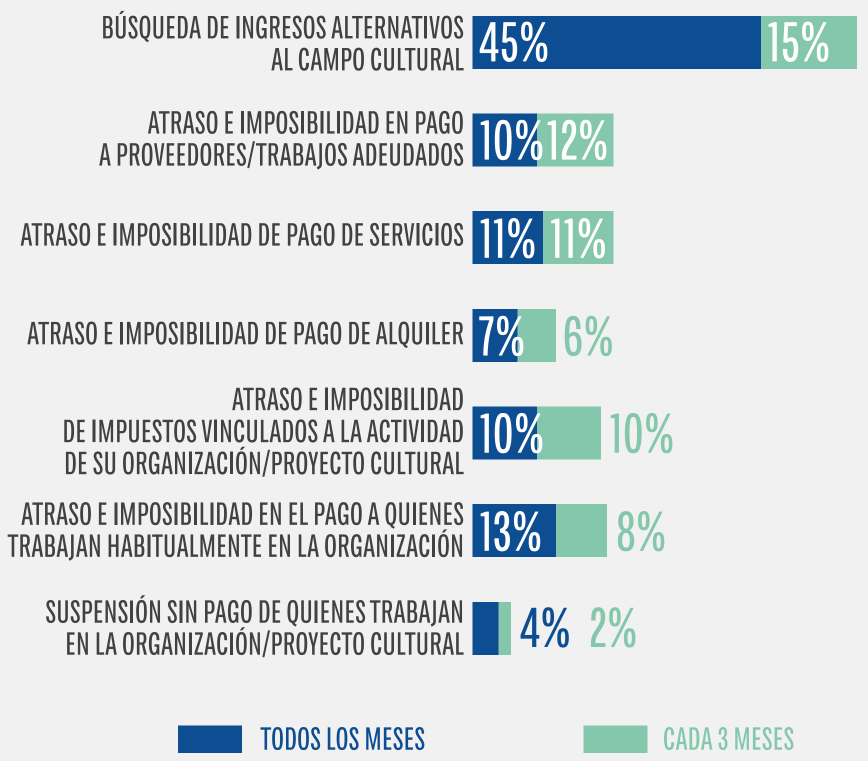



Nota: al tratarse de una pregunta con respuesta múltiple, el porcentaje se calculó sobre la totalidad de casos por tipo de organización. Por ello el total no suma 100%.

## PROBLEMAS FRECUENTES

La problemática frecuente más mencionada por las organizaciones del sector cultural radica en la necesidad de buscar ingresos alternativos: el 45% de las organizaciones encuestadas tuvo que enfrentar ese problema todos los meses durante el último año.

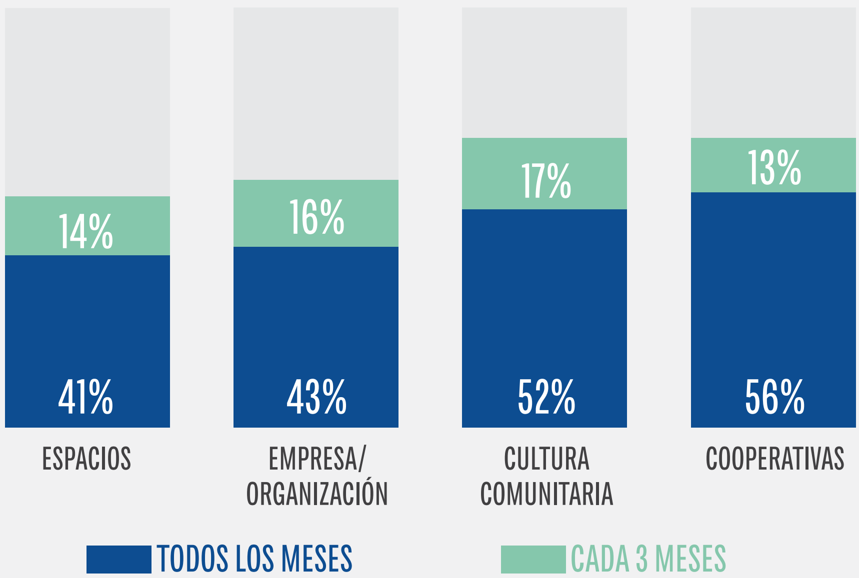
GRÁFICO N°35. PROBLEMÁTICAS MÁS FRECUENTEMENTE EXPERIMENTADAS POR LAS ORGANIZACIONES ENCUESTADAS




Nota: al tratarse de una pregunta con respuesta múltiple, el porcentaje se calculó sobre la totalidad de casos. Por ello el total no suma 100%.

La búsqueda frecuente de fuentes de ingreso alternativas se presenta como una problemática común a todos los tipos de organizaciones.

GRÁFICO N°36. BÚSQUEDA DE INGRESOS ALTERNATIVOS POR TIPO DE ORGANIZACIÓN

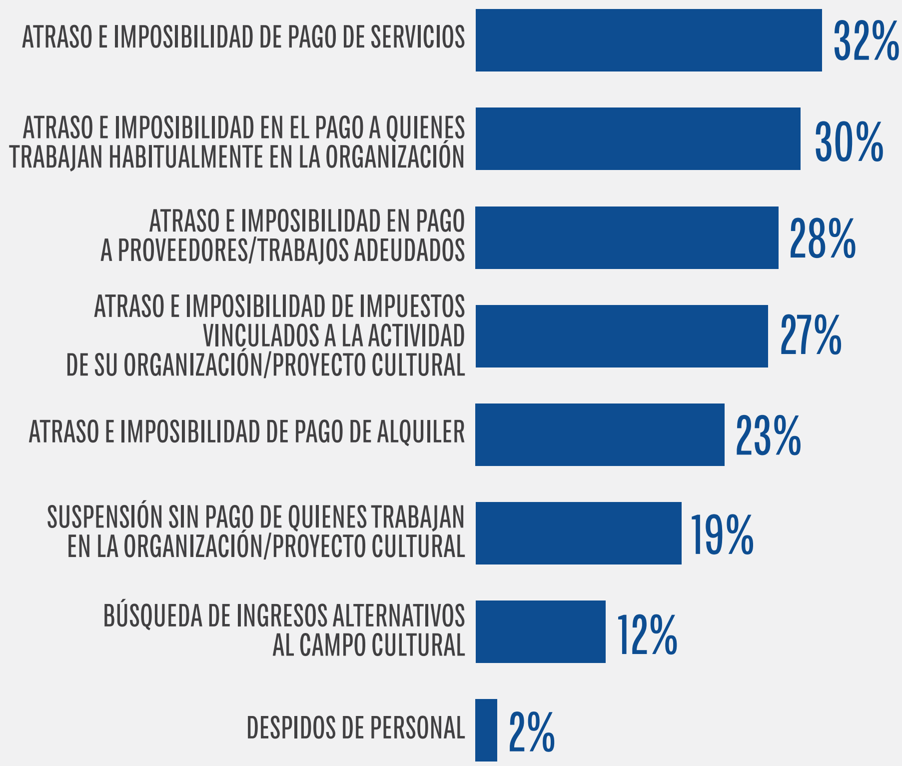


# 2 | SOBRE LOS EFECTOS DEL AISLAMIENTO SOCIAL, PREVENTIVO Y OBLIGATORIO POR EL COVID-19

## PRINCIPALES PROBLEMÁTICAS

Las dificultades surgidas como consecuencia de la situación de aislamiento social más mencionadas corresponden el atraso o la imposibilidad de realizar diversos pagos: servicios, sueldos/honorarios, proveedores, impuestos y alquileres.

**GRÁFICO N°37.** PROBLEMAS DERIVADOS DEL AISLAMIENTO SOCIAL, PREVENTIVO Y OBLIGATORIO




Nota: al tratarse de una pregunta con respuesta múltiple, el porcentaje se calculó sobre la totalidad de casos. Por ello el total no suma 100%.

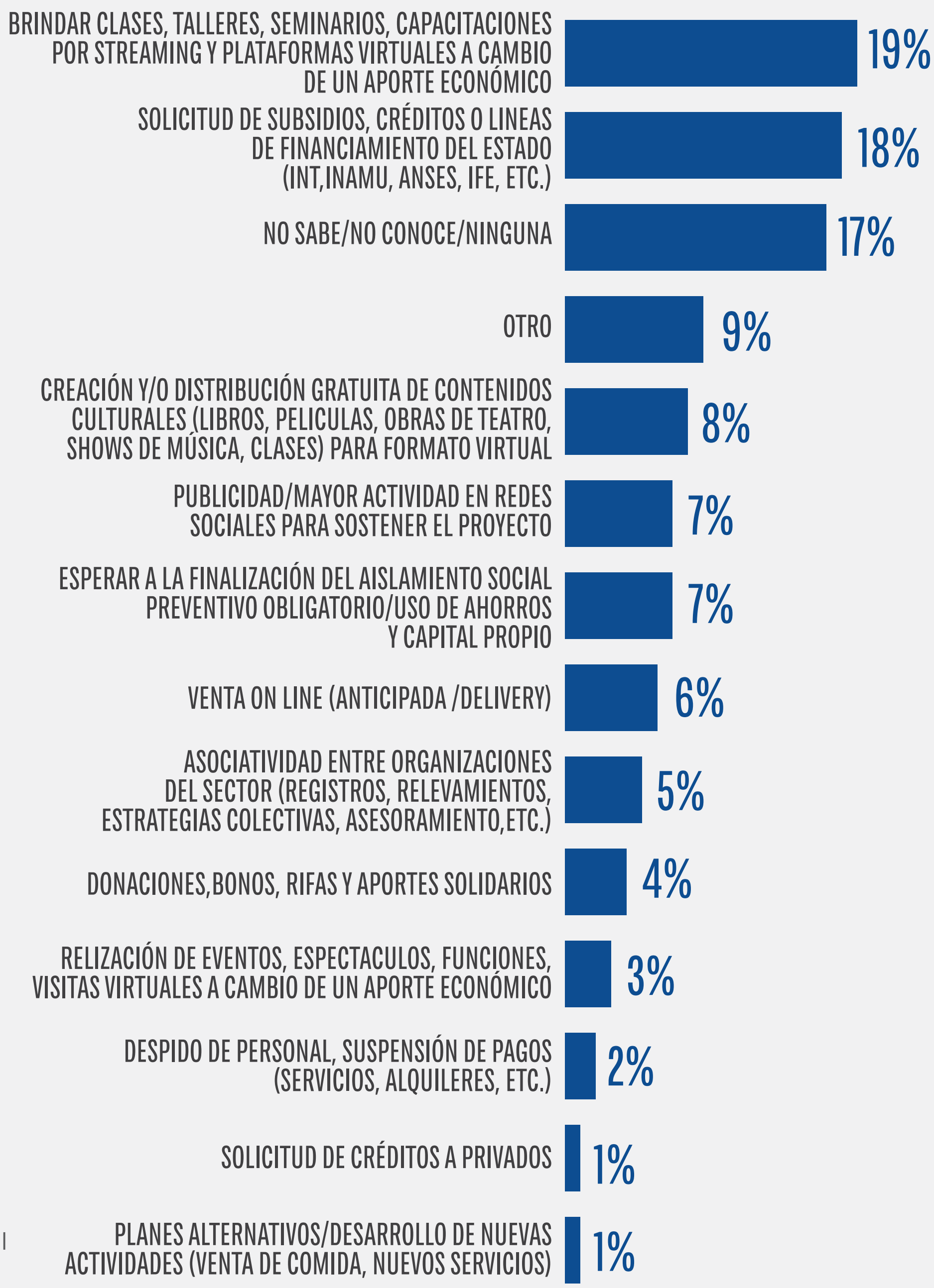
Los principales problemas derivados del aislamiento social preventivo y obligatorio señalados por las organizaciones coinciden con los gastos habituales más significativos, y al verse afectados los principales ingresos (venta de entradas, los eventos culturales y las actividades de formación), se pone en riesgo su sostenibilidad.

## VIRTUALIDAD Y OTRAS ESTRATEGIAS

Para mitigar los efectos de la coyuntura asociada al aislamiento social, preventivo y obligatorio, las estrategias más empleadas consistieron en la realización de actividades en formato virtual (42%): clases, talleres, seminarios, capacitaciones por streaming y plataformas virtuales a cambio de un aporte económico; creación y/o distribución gratuita de contenidos culturales (libros, películas, obras de teatro, shows de música, clases) en formato virtual; publicidad/actividad en redes sociales, venta online (anticipada o por delivery), eventos, espectáculos, funciones y visitas virtuales a cambio de una retribución económica.

No obstante, un 18% de las organizaciones solicitó alguna clase de ayuda al Estado, mientras que una proporción similar de organizaciones no llevó adelante ninguna medida paliativa.

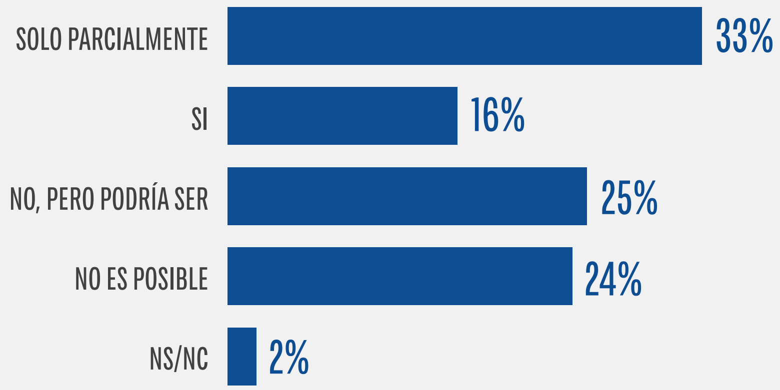
**GRÁFICO N°38.**
ESTRATEGIAS EMPLEADAS POR LAS ORGANIZACIONES PARA COMBATIR LOS EFECTOS DEL AISLAMIENTO SOCIAL, PREVENTIVO Y OBLIGATORIO




Nota: al tratarse de una pregunta con respuesta múltiple, el porcentaje se calculó sobre la totalidad de casos. Por ello el total no suma 100%.

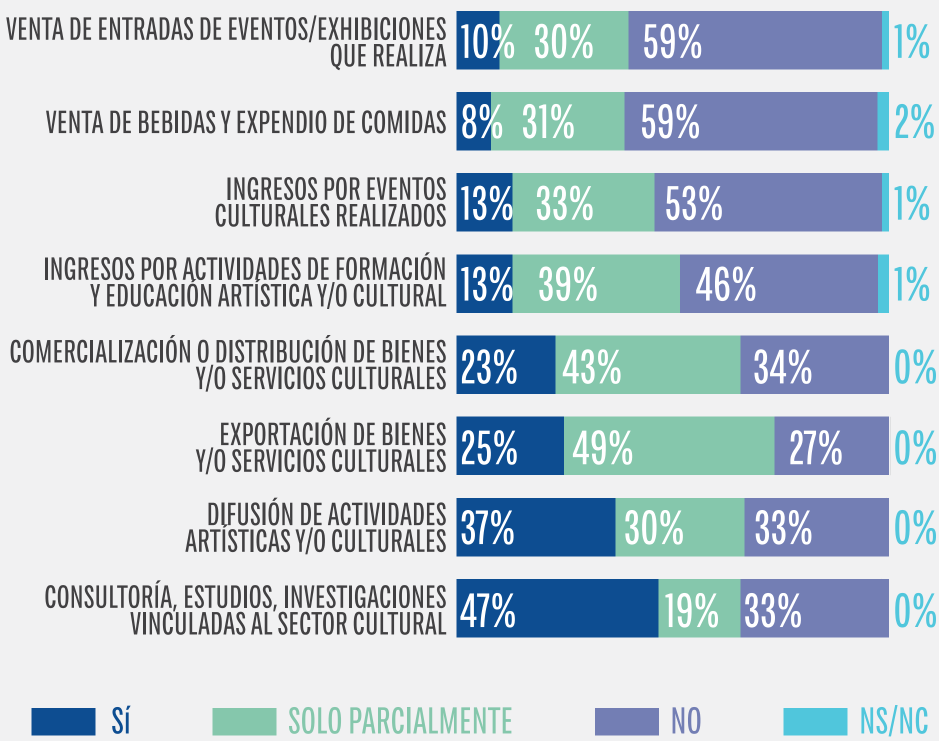
Cabe señalar que el 33% de las organizaciones considera que la modalidad de desempeño virtual es sólo parcialmente aplicable y un 25% requeriría asesoramiento y/o recursos para llevarla adelante. En cambio, casi una cuarta parte de las organizaciones considera directamente imposible "virtualizar" sus actividades.

**GRÁFICO N°39.** POSIBILIDAD DE REALIZAR DE MANERA VIRTUAL LAS ACTIVIDADES CULTURALES DE LA ORGANIZACIÓN



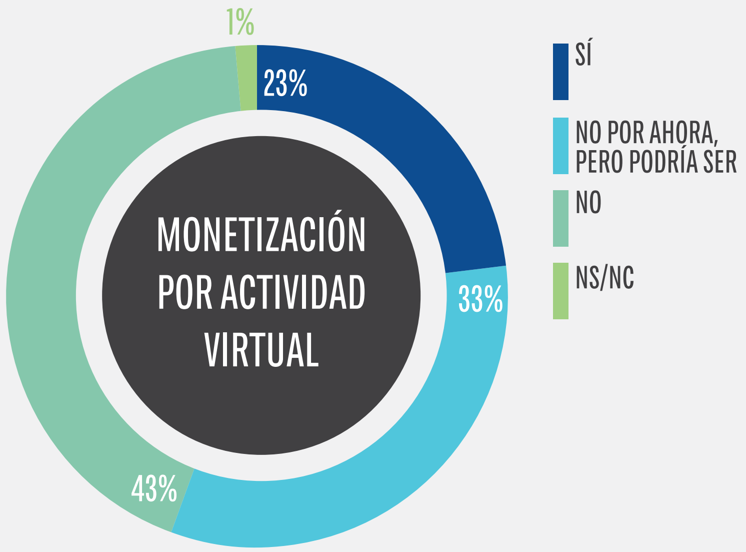

Cuando se consideran exclusivamente las actividades que generan ingresos, se aprecia que las organizaciones que realizan trabajos de consultoría, difusión de actividades o comercialización de bienes y servicios culturales muestran mayores porcentajes de virtualización de actividades.

**GRÁFICO N°40.** REALIZACIÓN DE ACTIVIDADES DE MANERA VIRTUAL POR TIPO DE INGRESO



Asimismo, se observa que la monetización de actividades "virtualizadas" solo es posible para menos de la cuarta parte de las organizaciones: solo un 23% de ellas recibe dinero a cambio de estas actividades.

**GRÁFICO N°41.**
PERCEPCIÓN DE DINERO COMO PAGO POR TRABAJO CULTURAL REALIZADO DE MANERA VIRTUAL



Sistema de Información
Cultural de la Argentina

Ministerio de Cultura
Presidencia de la Nación